

O “ressurgimento” da informação televisiva: uma “janela” para a pandemia

*The “resurgence” of television news: a “window”
for the pandemic*

Isabel Ferin Cunha

Universidade de Coimbra
Universidade NOVA de Lisboa,
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA
— ICNOVA, Lisboa, Portugal
barone.ferin@gmail.com
ORCID ID: [0000-0001-8701-527X](https://orcid.org/0000-0001-8701-527X)

Carla Martins

Universidade Lusófona
Universidade NOVA de Lisboa,
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA
— ICNOVA, Lisboa, Portugal
carlamartins@netcabo.pt
ORCID ID: [0000-0002-4625-1521](https://orcid.org/0000-0002-4625-1521)

Ana Cabrera

Universidade NOVA de Lisboa
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de História Contemporânea
anacabrera@fcsh.unl.pt
ORCID ID: [0000-0002-2372-5165](https://orcid.org/0000-0002-2372-5165)

Resumo: Desde o início de 2020, acompanhando a expansão e as mutações da COVID-19, o contexto mundial tem vindo a agravar-se, pondo em causa não só a globalização, como os regimes democráticos, ao associar-se a uma crise económica e social sem precedentes. Multiplicam-se os estudos sobre a doença, as suas consequências locais e globais, mas, também, sobre o papel dos *media*, *mainstream* e sociais. Nos primeiros meses de 2020, e dadas as medidas de confinamento, os quotidianos das sociedades globais alteraram-se e os *media* — sobretudo a televisão *mainstream* e os websites informativos — assumiram o papel de elo, único, de interação e informação social. O cenário da designada *crise do jornalismo* sofreu uma mutação, embora se tenha aprofundado a crise económica das empresas de comunicação (ERC, 2020) e a precariedade dos jornalistas (Unesco, 2020; Camponez et al., 2020). Neste espaço de tempo, assiste-se ao ressurgir das televisões, que parecem ter retomado a função de *elo social* (Wolton, 1994). Estudos anteriores sobre o jornalismo (Traquina, 2004; Graber & Bucy, 2009) e a cobertura jornalística da área da saúde (Gollust, Fowler, Niederdeppe, 2019; Magalhães, Lopes & Araújo, 2020) fundamentam este artigo. O objetivo é identificar padrões da cobertura jornalística televisiva da COVID-19. A análise incide sobre os blocos noticiosos do *prime-time* dos canais generalistas RTP1, SIC, TVI e CMTV, durante o período em que vigorou o primeiro estado de emergência (18 de março a 2 de maio) e as etapas subsequentes de desconfinamento (de 3 de maio a 31 de maio de 2020).

Palavras-chave: COVID-19 e televisão; estudos televisivos; jornalismo; cobertura televisiva; Portugal.

Abstract: Since early 2020, the COVID-19 dissemination and mutations has been worsening the global context, jeopardising not only globalisation but also democratic regimes, owing to the unprecedented economic and social crisis. Studies on the disease, its local and global consequences are multiplying, but also on the role of mainstream and social media. In the first months of 2020, given the containment measures, the daily lives of global societies changed, and the media — especially mainstream television and information websites — assumed the role of unique interaction and social information link. The scenario of the so-called journalism crisis has changed, despite the economic crisis of media companies (ERC, 2020) and the precariousness of journalists has deepened (Unesco, 2020; Camponez et al., 2020). In the meantime, there are a resurgence of television, which seem to have resumed the function of social link (Wolton, 1994). Previous studies on journalism (Traquina, 2004; Graber & Bucy, 2009) and health journalistic coverage (Gollust, Fowler, Niederdeppe, 2019; Magalhães, Lopes & Araújo, 2020) support this article. The goal is to identify patterns of COVID-19 television news coverage. The analysis focuses on the prime-time news blocks of Portuguese free access channels RTP1, SIC, TVI and CMTV, during the lockdown period (March 18 to May 2) and the subsequent stages of opening (from May 3 to May 31, 2020).

Keywords: COVID-19 and television; television studies; journalism; television coverage; Portugal.

1. Contexto global da pandemia

A pandemia que assola o mundo desde os finais de 2019 modificou de forma drástica o quotidiano das sociedades globalizadas. O fenómeno sanitário é cíclico e tende a ser esquecido pelos governos e pelas populações, embora, no caso da COVID-19, tivesse sido vaticinado não só por *futurologistas*, em filmes apocalípticos (por exemplo, *Contagious*, 2011; *12 Monkeys*, 1995), como por instituições como o Conselho Nacional de Informação dos EUA, em 2004, ou personalidades como Bill Gates em 2015.

A reflexão sobre a pandemia, e as suas consequências globais, tem sido matéria de análise de intelectuais um pouco por todo o mundo, com o objetivo de iluminar situações, cenários, comportamentos, tendências sociais e individuais. Parece existir consenso de que o vírus se expandiu, prioritariamente, nas regiões mais ricas, populosas e industriais do planeta,

como foi Wuhan, mas também na Europa — eixo Liverpool, Birmingham, área metropolitana de Londres, Amsterdão, Bruxelas, Luxemburgo, Renânia, parte sul da Alemanha, Alsácia francesa, Suíça e província da Lombardia — e nos EUA, regiões que abrangem Nova York, New Jersey, Illinois, Massachusetts e Pensilvânia. Esta expansão geográfica/económica decalca a geografia da globalização neoliberal, alicerçada na indústria e serviços de baixos salários, onde trabalham, preferencialmente, migrantes e mulheres pouco qualificados, lado a lado com serviços financeiros e tecnológicos de alto valor acrescentado. Nestas regiões e cidades a desigualdade de acessos a habitação, educação, mobilidade, saúde e proteção social parece estar na génese do padrão de transmissão COVID-19 designado por 3C: 1) *crowded places* (lugares populosos); 2) *close-contact settings* (contactos de proximidade); 3) *confined and enclosed spaces* (espaços confinados e fechados) (Fujita & Hamaguchi, 2020).

As observações anteriores têm fundamentado a explicação sobre a propagação do vírus, não só nas regiões mais ricas do planeta mas, também, em outras regiões com características semelhantes, embora menos abastadas. Por exemplo, não é acidental que o maior número de focos da infeção na área metropolitana de Lisboa esteja localizado nos concelhos limítrofes como Loures, Amadora ou Sintra, regiões “dormitório” de trabalhadores de serviços, muitos migrantes, na maioria vivendo em apartamentos pequenos, sobrelotados e degradadas, com situações de trabalho precárias.

A pandemia veio mostrar, também, as fragilidades da globalização, ao expor, por exemplo, a dependência de centenas de países de um único fornecedor de materiais médicos, os riscos que comportam as cadeias de valor global¹ ou ainda o domínio das grandes empresas tecnológicas (Casero-Ripollés, 2020). A COVID-19 revelou, sobretudo, as desigualdades entre países e no interior dos países, ao atingir as pessoas mais vulneráveis, que dependem de trabalhos precários e com dificuldades no acesso ao ecossistema digital, à saúde, à educação e à proteção social². Em simultâneo, agravou as relações de género³ e o fosso entre grupos etários⁴. Neste sentido, a globalização tal como foi vivida até 2019, na sua etapa pós-COVID sofrerá profundas mudanças. que tenderão a reescrever as regras financeiras e económicas. Estas, por seu turno, levarão ao aumento do protecionismo de blocos/regiões, aprofundarão a sociedade do conhecimento e de serviços assente no digital, dificultarão as migrações do Sul e, caso não haja correção desta rota, acentuarão as desigualdades internas dos países/regiões e entre países ricos e pobres (Stiglitz, 2020).

1 Cfr.: COVID-19 and global supply chains — KPMG Global, <https://home.kpmg/xx/en/blogs/home/posts/2020/03/covid-19-and-global-supply-chains.html> (Acedido em maio 2020)

2 Cfr.: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2020/09/COVID19-and-global-inequality-joseph-stiglitz.htm> (Acedido em setembro de 2020)

3 https://www.rtp.pt/noticias/mundo/pandemia-amplia-desigualdade-de-genero-e-ameaca-frageis-avancos_n1263692

4 Cfr.: <https://blogs.imf.org/2020/07/21/the-covid-19-gender-gap/> (Acedido em setembro de 2020)

As epidemias revelam, deste modo, a verdade sobre as nossas sociedades, as suas fragilidades, inconsistências, contradições e paradoxos. Ivan Krastev (2020), refletindo sobre a Europa e a pandemia, identifica cinco paradoxos inerentes a esta crise: i) a interdependência global; ii) a tendência para desglobalização e os limites à renacionalização; iii) o medo perante um inimigo invisível como fator de “união nacional”; iv) a capacidade dos governos, em função dos regimes, de utilizar diretivas de saúde para colocar a *democracia em pausa*; v) o estabelecimento de fronteiras entre medidas sanitárias e crise económica.

Em coautoria, um outro texto do mesmo autor (Krastev & Leonard, junho de 2020) — apoiado pelo European Council on Foreign Relations e intitulado *Europe’s Pandemic Politics: How The Virus Has Changed The Public’s Worldview* — dá voz aos cidadãos europeus e às suas expectativas pós-pandemia. O texto, que resulta de dados recolhidos na Europa, aquando do início da abertura económica, após o fim do estado de emergência (maio de 2020), apresenta as tendências recolhidas numa sondagem a 11 mil cidadãos em 9 países europeus (Alemanha, Bulgária, Dinamarca, Espanha, França, Itália, Polónia, Portugal e Suécia). O objetivo do inquérito foi apurar os efeitos da doença nas perceções dos cidadãos sobre: a liderança política nacional e europeia na crise sanitária; os rumos futuros da sociedade; o papel das instituições europeias neste período e o lugar da Europa no mundo. Os autores apresentam dados quantitativos relativos a todos os países e apuram duas tendências dominantes, relativas às expectativas dos cidadãos, no que se refere à organização da sociedade europeia pós-pandemia: i) a tendência federalista, que envolve a perda de autonomia nacional e mutualização de encargos e dívidas; ii) a propensão a apoiar a soberania nacional, entendida num contexto em que cada país atribui à Europa o papel de reconquistar a independência face à China e aos EUA. Salienta-se que nesta última tendência há uma clara menção à necessidade de reforçar a autonomia e o investimento tecnológico na Europa, para fazer face às grandes empresas tecnológicas, como o Facebook, a Amazon ou a Huawei.

Os resultados anteriores pressupõem a transferência de competências geoestratégicas, políticas, económicas e financeiras para Bruxelas, mas assinalam, também, o poder atribuído, pelos cidadãos, às empresas multinacionais tecnológicas. Este último tema é transversal a todos os países e demonstra a consciencialização de muitos europeus acerca do papel das redes sociais, assim como das condicionantes tecnológicas e civilizacionais que comporta. A esta circunstância não serão estranhas as medidas de confinamento, *fique em casa*, que ditaram o isolamento de milhões de pessoas nos seus domicílios, conferindo à informação, independentemente do *medium* utilizado, um valor singular. Como escreve, por exemplo, Harari (2020:7), a melhor proteção dos cidadãos perante a pandemia é o acesso a informação diversificada — fundada na solidariedade global dos cientistas –, bem como o respeito pelo conhecimento científico. Prosseguir este objetivo implica, em democracia, confiar nas instituições, nos poderes públicos e na responsabilidade cívica de cada cidadão. A Unesco (2020) apresenta a mesma preocupação e fala de *desinfopandemia*, isto é, uma preocupante desinformação

sobre a pandemia que deve ser combatida, quer pelos *media mainstream*, quer pelos *media* independentes, mas, sobretudo, pelas empresas tecnológicas, que devem ser reguladas e mais transparentes nas ferramentas que utilizam. No documento *Journalism, Press Freedom and Covid19*, a organização lembra que, nesta circunstância, os jornalistas e o jornalismo têm novas oportunidades de se afirmar, ao disponibilizar informação credível, diversa e verificada nas suas fontes.

Este artigo insere-se neste contexto e pretende contribuir para a compreensão do papel de um *medium mainstream* em Portugal, nomeadamente, da televisão generalista, na cobertura da informação sobre a COVID-19, no período em que vigorou a primeira fase do estado de emergência (de 18 de março a 2 de maio) e o subsequente plano de desconfinamento (3 a 31 de maio de 2020).

2. *Media*, Saúde e Crise do Jornalismo

A televisão constitui hoje um *medium* versátil que tanto permite acessos a conteúdos produzidos por um grande-emissor, como a conteúdos *on demand*, como a programação personalizada com origem em outros *media*. Por conseguinte, neste momento falar de televisão é ter em conta não só o dispositivo mas, também, a multiplicidade de funções e acessos que comporta. Em plena pandemia, o aparelho de televisão adquiriu momentânea centralidade nos lares em todo o mundo, na medida em que conseguiu reunir ao seu redor, em situação de confinamento e em busca de informação sobre a doença, os diferentes membros do agregado familiar. Esta constatação não obsta a que se admita que a informação circule em múltiplos dispositivos e écrans. Contudo, releva-se que é nas televisões generalistas que os cidadãos assistem às conferências de imprensa e buscam informação imediata sobre a doença (Cassero-Ripollés, 2020). Neste sentido, as televisões retomaram a função de *elo social* (Wolton, 1994), assumindo, de novo, o papel de janela para o mundo.

A compreensão do jornalismo televisivo na divulgação de informação sobre saúde pode ser perspectivada à luz de anteriores estudos que identificaram o papel dos noticiários na formação da opinião pública sobre matérias relativas a esta problemática. O acordo entre a Direção-Geral de Saúde (DGS) e os canais generalistas de televisão⁵, em Portugal, permite admitir que esta cooperação com as entidades públicas é plausível até ao fim do estado de emergência (2 de maio de 2020) e que há uma orientação editorial da informação naquele sentido. O que não significa que não se mantenham as características inerentes a cada um dos canais generalistas de televisão, tais como a tendência para o *infotainment* (Brants, 2005; Cádima, 2010), a linguagem

5 Cfr. “Pivots da RTP, SIC, TVI e CMTV juntos a uma só voz contra o COVID-19”. *Marketeer*, 15:12, 14 de abril de 2020.

coloquial dos pivôs, os cenários e a imagética. Por conseguinte, é de particular interesse comparar como se dá a cobertura televisiva da pandemia durante o período de emergência e no imediatamente a seguir, com o objetivo de observar alterações e tendências, apesar de consistirem em blocos temporais diferentes, 46 e 29 dias, respetivamente.

Num trabalho realizado nos Estados Unidos sobre o papel das televisões locais na divulgação de temas de saúde pública, *Television News Coverage of Public Health Issues and Implications for Public Health Policy and Practice* (Gollust, Fowler & Niederdeppe, 2019), identificam-se quatro funções da televisão na divulgação de temas sobre a saúde. A pesquisa constata que as funções atribuídas ao jornalismo televisivo envolvem na generalidade: i) ações de vigilância, que incluem reportagens, eventos e informação sobre saúde apresentada de forma didática; ii) quadros de interpretação, que permitem contextualizar a informação sanitária disponibilizada; iii) promoção da socialização, ao apelar ao civismo, aos valores e à união dos cidadãos; iv) informação sobre diagnósticos, terapias, sequelas e outros procedimentos (Gollust, Fowler & Niederdeppe, 2019). O trabalho considera que a divulgação de conteúdos de saúde constitui uma mais-valia para a televisão de proximidade, apesar de admitir uma *crise no jornalismo* televisivo:

Important structural features of contemporary TV news include increasing competition among TV sources and between TV and non-TV media sources, particularly social media; declining viewership and revenue threats, which have led to the consolidation of station ownership and changes to organizational structures (including reducing the number of dedicated health reporters); and heightened reliance on advertising revenue for the sustainability of TV news (particularly for local TV news programs) (Gollust, Fowler & Niederdeppe, 2019, p. 168)

Num sentido complementar, o estudo realizado em Portugal sobre *Doenças oncológicas em notícia: a força da investigação médica* (Magalhães, Lopes & Araújo, 2020) apresenta uma revisão bibliográfica extensa sobre a cobertura de questões de saúde pelos jornalistas. O artigo, que tem como *corpus* de análise jornais portugueses, constata o crescente interesse social pelas temáticas de saúde/medicina, a proeminência das fontes especializadas nas matérias jornalísticas e a subrepresentação dos pacientes e seus representantes. Nota, também, o poder das fontes especializadas sobre o jornalismo e a tensão, relativamente à definição das agendas mediáticas, entre os diferentes *players* (empresas, sindicatos, farmacêuticas, hospitais, médicos, enfermeiros e outros) da saúde. Aponta, ainda, que a não especialização dos jornalistas naquelas matérias torna a informação dependente da voz de autoridade dos especialistas e, eventualmente, das agendas que apoiam.

[...] estas fontes médico-científicas, de natureza académica, altamente especializadas, confirmam as conclusões a que os jornalistas já chegaram, com a vantagem de poderem ser citados de forma

direta e com o selo de credibilidade que as suas afiliações a instituições científicas, clínicas e/ou académicas lhes outorgam junto do público. Essa garantia de qualidade, percebida pela sociedade, constitui uma valiosa vantagem deste tipo de fontes e serve de suporte e de escudo aos jornalistas que cobrem este *beat* (Magalhães, Lopes & Araújo, 2020, pp. 130-131).

Esta última questão, bem como as observações produzidas pela investigação anteriormente citada sobre as televisões locais americanas, poderão constituir hipóteses de interpretação do estudo empírico realizado sobre a cobertura televisiva da covid-19 em Portugal. Acresce que os dois estudos anteriormente citados dão conta de elementos associados à designada *crise do jornalismo*, que começou a ser intensamente assinalada a partir do colapso financeiro global de 2008. Em ambos os artigos destacam-se a escassez de financiamentos mas, também, os desafios promovidos pelo desenvolvimento acelerado das tecnologias. Circunstâncias que fizeram diminuir o número de consumidores finais e aumentar o ceticismo face à qualidade dos produtos informativos oferecidos (Luengo, 2014). Salienta-se que a web e as redes sociais contribuíram, sistematicamente, para a desinstitucionalização do jornalismo, abrindo um leque de novas formas de informar, a partir do acesso online a sítios de informação facultados pelos *media mainstream*, nomeadamente por jornais, televisões e rádios. Por exemplo, na saúde é frequente os pacientes consultarem sites e aferirem diagnósticos que, posteriormente, conferem com os seus médicos (Magalhães, Lopes & Araújo, 2020).

Neste cenário, cresceram as pressões sobre o jornalismo profissional, os questionamentos à sua independência, sendo dirigidas acusações às empresas e aos seus profissionais, quer de subordinação aos grandes interesses económicos/financeiros, quer de dependência face aos poderes políticos instalados (Freedman, 2019). Como grupo profissional, os jornalistas tendem a sentir-se ameaçados por um público que é, também, produtor de informação, domina as tecnologias digitais e pode dispor das vantagens das redes sociais sem os constrangimentos de uma ética profissional (Russial et al., 2015). Em simultâneo, outros formatos de informação/comunicação, anteriormente conotados com o *infotainment*, adquiriram grande pertinência cívica, contaminaram a produção noticiosa e o jornalismo, sobretudo o televisivo. A mudança de paradigma na informação converte a *crise do jornalismo* num descritor da desordem institucional global, com efeitos nas instituições das sociedades democráticas, no crescimento dos populismos e dos autoritarismos (Curran, 2010; Ardèvol-Abreu & Zúñiga, 2017). Em paralelo, *o jornalismo como profissão, e as notícias como indústria, lutam para se transformar e adaptar ao novo cenário social, tecnológico e político em mudança* (Deuze, 2019, p. 2).

No entanto, e como referido, a pandemia veio dar um novo alento aos *media mainstream* ao criar uma disrupção no sistema mediático. A gravidade do cenário mundial e a necessidade de informação fidedigna abriu uma janela de oportunidade para um jornalismo de responsabilidade cívica capaz de fornecer informação mais credível, face às redes sociais (Unesco, 2020). A televisão, que fora *enterrada* por muitos autores (Katz & Scannell, 2009;

Carlón & Fechine, s.d./2014), recuperou, momentaneamente, a sua centralidade social e doméstica, abrindo-se à informação em *tempo real* e preenchendo *slots* de *prime-time* com a temática da pandemia (Cabrera, Martins & Cunha, 2020). A versatilidade da televisão no sentido de mostrar, incluir e partilhar notícias das redes sociais, ao mesmo tempo de *viajar* entre ecrãs e dispositivos digitais, permitiu recolher a atenção de milhões de pessoas confinadas nos seus domicílios. É interessante reter como hipótese neste estudo que a pandemia alterou as rotinas e os procedimentos nas redações, fazendo com que muitas das estratégias de bastidores na recolha de informação, tais como verificação de fontes nas redes sociais e utilização de videochamadas para contactar fontes ou obter testemunhos, saltassem para o *frontoffice* da produção noticiosa. A desocultação destas ações originadas pelas restrições à mobilidade impostas pela pandemia fez emergir um *jornalismo confinado*. Este jornalismo na televisão, no contexto descrito de confinamento imposto, fomenta a adoção de soluções *in house* possibilitadas pelas tecnologias digitais, desenvolve não só novos formatos, como formatos híbridos, de que são exemplos as videochamadas em estúdio; o número crescente de comentadores especialistas que acompanham os pivôs no estúdio ou o crescente papel do design gráfico na apresentação das notícias.

Deve voltar a ressaltar-se que o emergir da televisão, neste momento de crise pandémica, não significa, necessariamente, o abandono de estratégias anteriores subjacentes ao *infotainment*, aos enquadramentos que privilegiam o jogo e a competição entre agentes políticos e, neste caso, entre *players* da saúde. A ambientação e o desenvolvimento de cenários temáticos nos estúdios, as infografias, as reportagens nos hospitais em ambiente de cuidados intensivos ou, ainda, o papel dos pivôs — ainda que com protagonismo reforçado — demonstram a linha de continuidade seguida pelas televisões, um pouco por todo o lado, incluindo em Portugal. Sublinha-se, no prolongamento desta argumentação, o papel dos pivôs que tendem a assumir a condição de autoridade/celebridade/conselheiro(a), ou mesmo o valor de marca, dentro de uma perspetiva de *branding marketing*, desenvolvido pelos apresentadores da *Reality TV*, em programas globalizados como *Big Brother*, *American Idol* ou *The Apprentice* (Kjus, 2009).

3. Televisão, Jornalismo e COVID-19 em Portugal

A televisão já fora apontada como *medium* dominante por estudos sobre os usos de *media* anteriores à pandemia (ERC, 2016; OBERCOM, 2018; Statista, 2019), mas o eclodir da doença fez com que o consumo deste meio aumentasse, respetivamente, 23% e 33%, nos dois primeiros meses de confinamento (Marktest; GfK/CAEM — EvoReportin). A confirmação do papel das televisões na aquisição da informação sobre a pandemia pelos cidadãos justifica a seleção do *corpus* de análise neste artigo, constituído por blocos noticiosos do *prime-time* dos

canais generalistas RTP1, SIC, TVI e CMTV. O período temporal de análise compreende a primeira fase do estado de emergência, sucessivamente renovado, com a duração de 15 dias cada, que vigorou de 18 de março a 2 de maio, e os planos de desconfinamento de 3 até 31 de maio de 2020.

Convém referir que no início das medidas de confinamento, e posterior declaração do estado de emergência, a informação adquire grande destaque nas televisões generalistas. Por exemplo, segundo os dados da Marktest⁶, no mês de março, a RTP1, a SIC e TVI emitiram cerca de 264 horas de informação regular, no total de 6582 notícias, mais 21,5% do que no mês anterior, tendo alcançado nesse período audiências recordes (Público, 17.03.2020)⁷.

A promulgação do estado de emergência em março de 2020, pelo Presidente da República, após ser ouvido o Conselho de Estado e com a autorização da Assembleia da República, é executada pelo XXII Governo, a partir do dia 18 de março e até 2 de maio, no que constituiu uma medida única e singular, prevista na Constituição da democracia portuguesa. Ao abrigo desta medida ficaram suspensos alguns direitos, com a exclusiva finalidade de adotar medidas necessárias para a proteção da saúde pública, bem como foram encerrados serviços públicos, escolas, universidades e outras empresas e serviços considerados não-essenciais. Em paralelo tornaram-se exequíveis medidas tais como: confinamento compulsivo no domicílio ou em estabelecimento de saúde; cercas sanitárias; suspensão do direito à greve; controlos fronteiriços; limitação à realização de reuniões e de celebrações de cariz religioso e outros eventos de culto que implicassem aglomerações de pessoas; proibição de resistir às ordens emanadas pelas autoridades públicas competentes.⁸ De referir que estas medidas não incidiram na liberdade de expressão e de informação, mantendo-se Portugal no 10.º lugar no ranking mundial dos países mais livres.⁹ O fim do estado de emergência veio repor a normalidade possível, em etapas, abrindo serviços, economia e a sociedade como um todo.¹⁰

O serviço Telenews da MediaMonitor registou, na primeira semana do estado de emergência, um total de 1059 notícias e 42 horas de emissão sobre este tema, com a cobertura, por exemplo da TVI, a atingir quase 16 horas de emissão e 362 notícias difundidas¹¹. No mês de abril a Marktest assinalou que a RTP1, a SIC e a TVI emitiram mais de 286 horas de informação regular, mais 8,5% do que no mês anterior e mais 19,2% do que se verificou no período homólogo de 2019. No total, segundo esta empresa, foram transmitidas neste mês 7068

6 Cfr.: <https://www.marktest.com/wap/a/n/id-261f.aspx>

7 Cfr.: <https://www.publico.pt/2020/03/17/culturaipilon/noticia/parte-pais-casa-audiencias-televisao-portuguesa-sao-historicas-1908209>

8 Cfr.: <https://covid19estamoson.gov.pt/estado-de-emergencia-nacional/o-que-e/>

9 Cfr.: <https://rsf.org/en/ranking>

10 Cfr.: <https://www.sabado.pt/portugal/detalhe/antonio-costa-fim-do-estado-de-emergencia-nao-significa-o-regresso-a-normalidade>

11 <https://www.marktest.com/wap/a/n/id-2602.aspx>

notícias, o que corresponde a uma subida mensal de 7,3% e homóloga de 8,1%. Também se assinala que a duração média das notícias foi de 2 minutos e 26 segundos, mais 2 segundos do que o registado em março¹². Ainda no mesmo período, na comparação dos serviços noticiosos, o Jornal da Noite, da SIC, surge como o programa com mais peças, 1256, enquanto o Jornal das 8, da TVI, foi o que ofereceu mais horas de informação, cerca de 51. Uma análise por canais mostra que a RTP1 emitiu mais matérias, 2535, e deu mais tempo em grelha à informação regular, mais de 100 horas de duração.

No mês de maio, de acordo, também, com os dados da Marktest, a RTP1, a SIC e a TVI proporcionaram mais de 290 horas de informação regular, mais 1,5% que no mês anterior. Neste período, foram emitidas 7302 notícias com uma duração média de 2 minutos e 23 segundos. O Jornal da Noite da SIC foi de novo o programa com maior número de trabalhos sobre a doença, 1247, compreendendo mais horas de informação. Contudo, foi a RTP1 que disponibilizou mais peças, 2572, e deu mais tempo à informação regular, mais de 105 horas de duração¹³.

Corroborando a proeminência da informação nas televisões, o estudo *O impacto do coronavírus e da crise pandémica no sistema mediático português e global*, do Obercom, salienta que *as audiências históricas de televisão concentram-se na informação, enquanto o entretenimento, género-âncora fundamental para as marcas portuguesas, ficou pura e simplesmente parado, em termos de produção* (Obercom 2020:5). Ressalta, ainda, que a televisão e a internet concentraram a atenção dos portugueses, ao mesmo tempo que se assistiu a uma mudança de consumos: enquanto a informação na televisão buscou conexões sociais a partir da informação sobre o COVID-19, a internet centrou-se no trabalho, no estudo e nos serviços. Por exemplo, na semana de 16 a 22 de março, em que as escolas foram formalmente encerradas e grande parte dos portugueses passou a estar em teletrabalho, os operadores de telecomunicações registaram maiores tráfegos de internet fixa, mas também de voz fixa e móvel, e maior consumo de serviços de *streaming*, como a Netflix (Obercom 2020:15).

Um inquérito realizado em julho pela mesma instituição, *Pandemia e Consumos Mediáticos*,¹⁴ constata que o consumo de *media* foi mais acentuado durante o período de confinamento, excetuando a rádio tradicional e os jornais impressos. Este estudo do Obercom aponta para um consumo simultâneo de diversos *media* devido a necessidades informativas, laborais e de entretenimento. Observa, ainda, que há uma perceção positiva dos cidadãos sobre as instituições oficiais, o Governo, o Presidente da República e a Direção-Geral de Saúde, e uma avaliação menos favorável sobre os órgãos de comunicação social e a Organização Mundial de Saúde, apesar de metade dos inquiridos concordarem que a informação sobre a pandemia é positiva.

12 <https://www.marktest.com/wap/a/n/id-2634.aspx>

13 <https://www.marktest.com/wap/a/n/id-264c.aspx>

14 Cfr.: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/07/Final_Pandemia_media_29Jul_geral.pdf

O relatório *Os efeitos do Estado de Emergência no jornalismo no contexto da pandemia Covid19* (Camponez et al. 2020) analisa, do ângulo do jornalismo e dos jornalistas, as seis semanas do estado de emergência. O objetivo foi escrutinar a mitigação das redações em presença física e entender as mudanças, as consequências do confinamento e do teletrabalho na produção noticiosa, num momento em que a informação sobre a pandemia ganha inequívoco destaque. As alterações não se fizeram sentir apenas na forma de trabalhar nas redações mas, também, na de construir matérias, no menor número de reportagens, nas limitações físicas nas conferências de imprensa onde, de modo inédita, um jornalista poderia representar vários meios de comunicação. Por outro lado, o trabalho observa o recurso a teleconferências e a diversas plataformas de conexão e reunião, que permitiram a ligação virtual dos jornalistas e redações, bem como o acesso às fontes de informação.

O relatório nota igualmente que os jornalistas inquiridos referem alguns problemas éticos e deontológicos na cobertura jornalística durante o estado de emergência. Entre estes destacam-se as questões relacionadas com a qualidade da informação, tais como o respeito ao rigor, à independência e às fontes de informação. Os inquiridos salientam, ainda, temas referentes aos direitos dos cidadãos, como privacidade, discriminação e identificação de protagonistas nas notícias. Outra causa de preocupação evidenciada foram os conteúdos patrocinados, tais como os conteúdos híbridos, a que os *media* recorrem como forma de equilibrar a diminuição das receitas da publicidade tradicional.

4. Estudo empírico

4.1 Metodologia

Neste contexto complexo, o estudo empírico que empreendemos visa analisar um *corpus* constituído por blocos noticiosos do *prime-time* dos canais generalistas RTP1 (Telejornal), SIC (Jornal da Noite), TVI (Jornal das 8) e CMTV (CM Jornal 20H), no período em que esteve em vigor a primeira fase do estado de emergência, entre 18 de março a 2 de maio, e o ciclo de desconfinamento subsequente, de 3 a 31 de maio de 2020. Como destacado, estudos anteriores sobre a análise do jornalismo (Traquina, 2004; Graber & Bucy, 2009; Cabrera, Martins & Cunha, 2020) e sobre a cobertura jornalística da área da saúde (Gollust, Fowler, Niederdeppe, 2019) fundamentam o trabalho empírico. Os resultados permitirão refletir sobre a cobertura televisiva de um evento excecional (Rogers, Dearing & Chang, 1991), num contexto de crise do jornalismo, durante um período que afetou a sociedade como um todo e cada cidadão em particular. Assim, com base na literatura exposta e numa perspetiva comparativa, entre dados agregados dos quatro canais e entre os dados dos dois períodos identificados — com ressalva para a diferença temporal entre estes —, pretende-se responder

às seguintes perguntas: i) quais os padrões de cobertura televisiva da pandemia nos quatro canais ao longo do período de análise; ii) quais as semelhanças e as diferenças da cobertura televisiva da pandemia presentes no estado de emergência e na fase de desconfinamento; iii) que protagonistas adquirem maior visibilidade; iv) qual o papel dos pivôs, jornalistas, repórteres e comentadores; v) que visibilidade é conferida à Europa e ao Mundo.

A metodologia quantitativa utilizada envolve a construção de uma base de dados em Excel e a extração de dados, com referência a categorias pré-definidas.

A metodologia selecionada permitiu o registo e tratamento numérico dos conteúdos manifestos. A finalidade destes procedimentos objetivou extrair indicadores capazes de suportar inferências replicáveis e objetivas da substância da(s) mensagem(s), com vista à compreensão dos fenómenos observados. Com estes pressupostos procedeu-se à análise de conteúdo, técnica de investigação aplicável a todos os meios de comunicação e que visa a descrição sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto (Cunha & Peixinho, 2020). A análise almeja a *objetividade* e a *sistematização* de dados, com a finalidade de apontar indicadores que permitam a sua *generalização* em contextos semelhantes (Bauer & Gaskell, 2002). À recolha de dados antecede a formulação de categorias unívocas de análise, isto é, categorias teoricamente fundamentadas e justificadas, de forma a atenuarem as ambiguidades de interpretação, utilizando-se para tal um instrumento de codificação. O percurso envolve uma fase de pré-análise e a posterior consolidação de categorias, com base na pré-análise e na revisão de literatura, que foram parametrizadas no programa Excel. São elas: Canal, Bloco Noticioso, Data, Alinhamento; Pivô; Temas; Protagonistas; Direto; País Principal; Cenários. Deverá notar-se que foi apenas codificado o principal ator ou protagonista das peças, não a totalidade dos intervenientes.

O volume de informação levou a uma opção metodológica que incidiu na recolha das peças referentes às primeiras três notícias sobre o tema de COVID-19, independentemente da sua posição no alinhamento e do género jornalístico. No total, entre os quatro canais televisivos, foram codificadas 900 peças jornalísticas sobre a pandemia, correspondentes a 75 dias, 75 serviços noticiosos da noite e 225 peças por canal. Numa análise mais fina, contabilizam-se 552 notícias nos quatro canais do dia 18 de março a 2 de maio e 348 do dia 3 a 31 de maio.

4.2 Resultados

A apresentação dos resultados pretende responder às cinco perguntas formuladas na metodologia. Com este objetivo expõem-se os dados agregados — período de 18 de março a 31 de maio —, seguidos, em cada categoria de análise, dos resultados parcelados dos períodos correspondentes à situação de emergência (18 de março a 2 de maio) e de desconfinamento (3 a 31 de maio). A descrição incide nas categorias Tema, Protagonista, Cenários, Referentes Geográficos e ainda outros padrões de cobertura. Os dados correspondem à soma das

peças/notícias e respetivas percentagens respeitantes às categorias organizadas de forma hierárquica, com a designação de Top 10 nos dados agregados, com maior incidência — os dez temas, os dez protagonistas, os dez cenários, etc. — e Top 5, para os dados dos períodos de emergência e desconfinamento. Com este procedimento procura-se mostrar a *big picture* do período analisado e, simultaneamente, identificar as particularidades e tendências dos períodos de emergência e desconfinamento.

Os resultados agregados dos 10 temas que recolhem maior número de peças nos quatro canais são: “Balanço”; “Planos de desconfinamento”; “Estado sanitário”; “Crise económica e social”; “Testes COVID-19”; “Fiscalização às medidas sanitárias”; “Orientações da DGS”; “Educação”; “Hospitais e equipamentos”; e “Política europeia”. No conjunto dos quatro canais, observa-se que é na SIC que os temas “Balanço” e “Planos de desconfinamento” obtêm maior expressão, com um valor, respetivamente, de 30,2% e 16,8%. Os temas “Estado sanitário” e “Crise económica e social” angariam maior visibilidade na TVI, com 12,0% e 10,2%, respetivamente, das peças. Na CMTV, o destaque vai para os temas “Testes COVID-19” (11,11%) e “Fiscalização às medidas sanitárias” (11,1%), na RTP1 os temas “Balanço” e “Planos de desconfinamento”, registam os maiores valores, respetivamente, 29,3% e 14,22 (Figura 1).

N= 900 peças

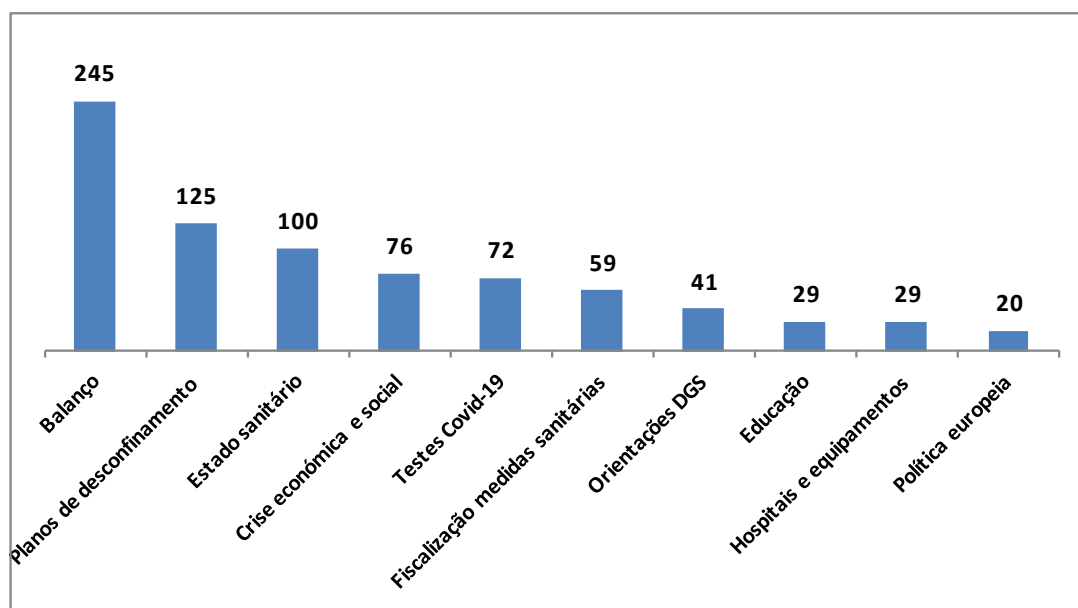
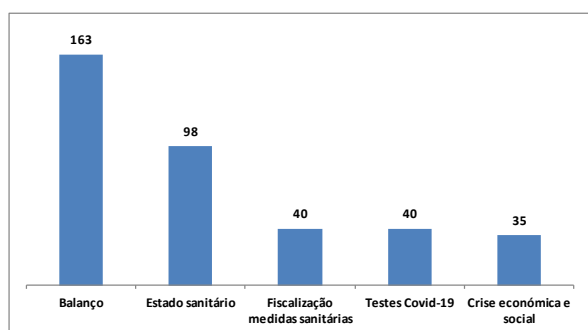


Figura 1
Dez principais temas (Top10) das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de covid-19 no Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e CM Jornal 20H — 18 de março a 31 de maio de 2020 (em n.º de peças)

Os mesmos dados desagregados mostram que, no período de emergência, que contabiliza 552 notícias de 18 de março a 2 de maio, os temas com maior incidência coincidem em grande parte com os agregados, embora os “Planos de desconfinamento” e a “Crise económica e social” tenham menor expressão nesta fase. Observa-se ainda que os quatro canais registam valores muito semelhantes face aos principais temas, embora se verifique que a CMTV dá menor relevância aos “Balanços” e maior visibilidade à “Fiscalização das medidas sanitárias” e às questões relativas aos “Testes COVID-19” (Figura 2).

N=552 peças



N=348 peças

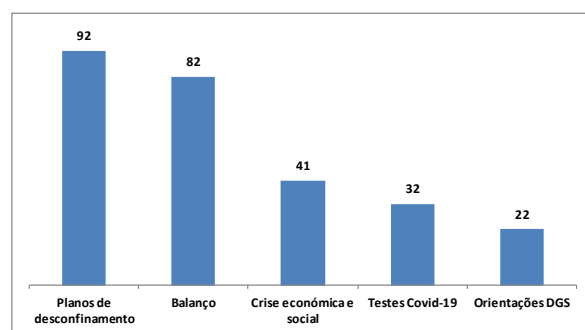
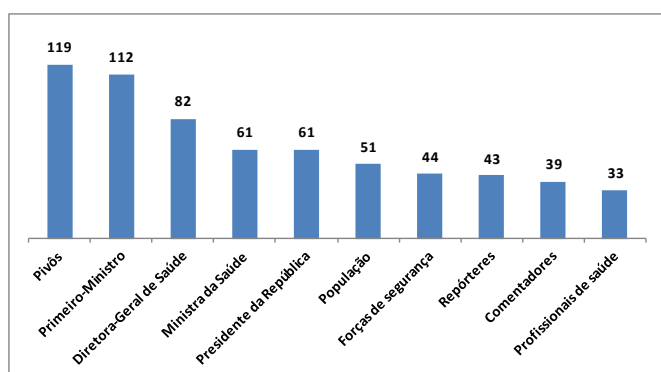


Figura 2

Cinco principais temas (Top5) das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de covid-19 no Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e CM Jornal 20H, respetivamente entre 18 de março a 2 de maio (N=552) e 3 a 31 de maio de 2020 (N=348) (em n.º de peças)

No período de desconfinamento, de 3 a 31 de maio, que regista 348 peças, os temas com maior incidência mostram algumas diferenças face aos valores agregados, apesar de o maior número de peças, em todos os canais, focarem os temas “Balanço” e “Planos de desconfinamento”. Como especificidade deste período salienta-se o crescimento de peças sobre a temática “Crise económica e social”, que adquire maior visibilidade na TVI (18,4%) e menor na SIC (6,9%), bem como o tema “Orientações da DGS”, que estão presentes nos quatro canais, com maior destaque na CMTV (9,2%) e menor na TVI (2,3%).

Os dados agregados da categoria Protagonista, em 900 peças analisadas, mostram no Top 10 os Pivôs, o Primeiro-Ministro (António Costa), a Diretora-Geral de Saúde (Graça Freitas), a Ministra da Saúde (Marta Temido), o Presidente da República (Marcelo Rebelo de Sousa), a População, as Forças de Segurança, os Repórteres, os Comentadores e os Profissionais de Saúde. A observação por canal evidencia que o Primeiro-Ministro regista maior visibilidade na CMTV (13,7%); a Diretora-Geral de Saúde na RTP1 (11,5%); os Pivôs na SIC (24,0%); o Presidente da República na RTP1 (8,4%); a Ministra da Saúde na SIC (8,0%); a População com igual incidência na TVI e na CMTV (8,4%). Assinala-se que protagonistas como Repórteres ou Forças de Segurança, que têm visibilidade em alguns canais, como por exemplo na CMTV, respetivamente (12,4% e 10,2%), não têm expressão nos outros canais (Figura 3).

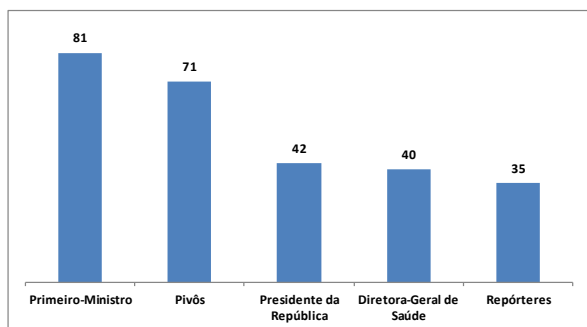


N= 900 peças

Figura 3
Dez principais categorias de protagonistas (Top10) das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de covid-19 no Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e CM Jornal 20H — 18 de março a 31 de maio de 2020 (em n.º de peças)

No período de emergência (18 de março a 2 de maio de 2020) os protagonistas diferem na sua visibilidade face aos valores agregados. Assim, observa-se que os cinco protagonistas com maior evidência são Primeiro-Ministro (14,6%), Pivôs (12,3%), Presidente da República (7,6%), Diretora-Geral de Saúde (7,2%) e Repórteres (6,3%). Os pivôs estão em grande evidência nos quatro canais em 119 peças, registando a SIC o número mais elevado (54 peças), seguida da TVI (26 peças), da RTP1 (20 peças) e, por fim, da CMTV (19 peças). No período de desconfinamento surgem novos protagonistas no Top 5, como a População e a Ministra da Saúde, respetivamente, com 8,9% e 7,7%; os Pivôs ganham ainda maior visibilidade proporcionalmente ao período anterior (13,7%); e a Diretora-Geral da Saúde (12,0%) e o Primeiro Ministro (8,9%) obtêm menor proeminência (Figura 4).

N=552 peças



N=348 peças

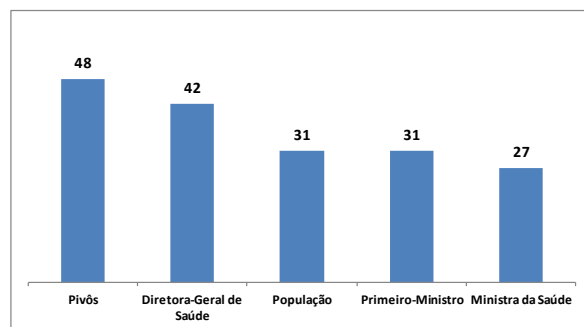


Figura 4
Cinco principais categorias de protagonistas (Top5) das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de covid-19 no Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e CM Jornal 20H, respetivamente entre 18 de março a 2 de maio (N=552) e 3 a 31 de maio de 2020 (N=348) (em n.º de peças)

Na categoria Cenários, os dados agregados de 900 peças mostram que dominam as imagens de Conferências de imprensa (25,0%), Ruas/cidades (16,5%), Infografias (9,7%), Hospitais (7,8%), Estúdios (6,5%), Salas de reunião (5,6%), Lares de idosos (4,5%), Locais

de lazer (4,3%), Videochamadas (3,8%) e Parlamento (3,0%). Uma leitura mais aprofundada mostra que é na TVI que as Conferências de imprensa e as Videochamadas têm maior frequência (respectivamente 28,0% e 6,6%), enquanto as Ruas/cidades (20,0%), os Hospitais (10,6%), os Locais de lazer e os Lares de idosos (ambos com 8,0%) são o cenário preferencial da CMTV. As Infografias, as Salas de reunião e os Estúdios estão mais presentes na SIC com, respectivamente, 15,1%, 8,4% e 6,6% (Figura 5).

N= 900 peças

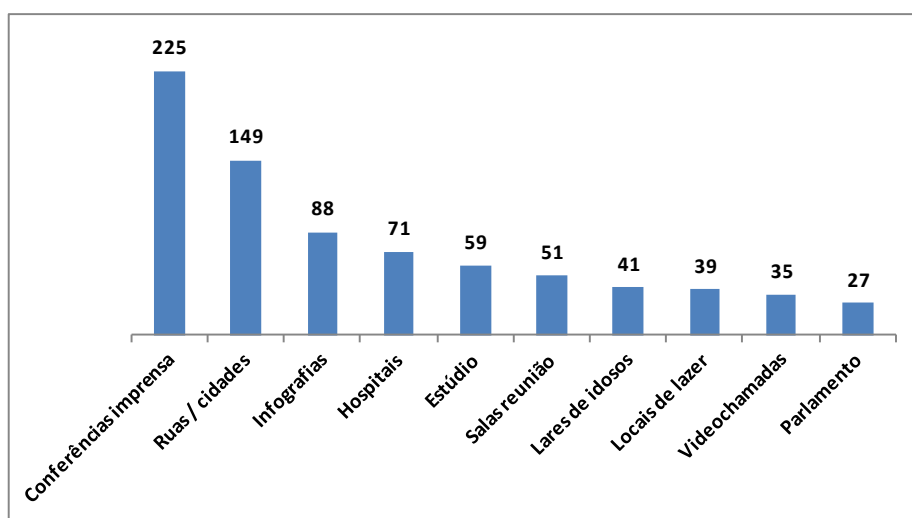
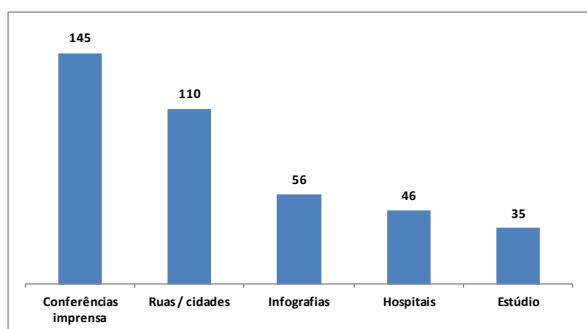


Figura 5
Dez principais cenários (Top 10) das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de covid-19 no Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e CM Jornal 20H — 18 de março a 31 de maio de 2020 (em n.º de peças)

Nos dois períodos analisados observamos semelhanças e diferenças. Entre as primeiras estão a proeminência das imagens de conferências de imprensa, respectivamente com 26,2% no período de emergência e 22,9% no de desconfinamento; e das ruas e cidades, com 19,9% e 11,2%. As diferenças surgem no maior número de peças que têm infografias (10,1% no período de emergência face a 9,1% no de desconfinamento), bem como os estúdios e os locais de lazer que surgem no Top 5, respectivamente, no primeiro e no segundo período analisados (Figura 6).

N=552 peças



N=348 peças

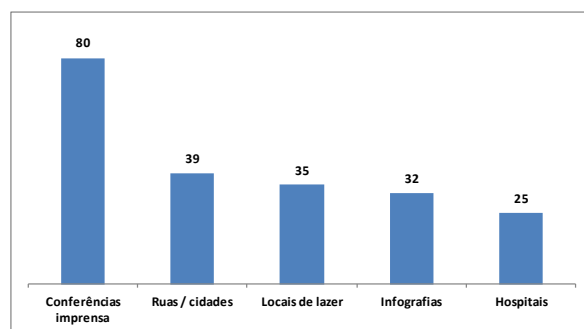


Figura 6

Cinco principais cenários das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de covid-19 no Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e CM Jornal 20H, respetivamente entre 18 de março a 2 de maio (N=552) e 3 a 31 de maio de 2020 (N=348) (em n.º de peças)

Quanto aos referentes geográficos, constata-se, nas 900 peças dos quatro canais, que o foco das notícias exibidas é Portugal, em mais de 95% das três primeiras peças noticiosas sobre COVID-19. A Europa tem uma expressão mínima neste *corpus* em todos os canais, atingindo a percentagem mais elevada na TVI (3,5%) e a menor na CMTV (1,7%). Contudo, é neste último canal que se regista uma maior dispersão de referentes geográficos.

Outras características observadas na análise dos dados agregados (900 notícias) contribuem para o desenho de um padrão de cobertura da pandemia, tal como a posição das notícias e utilização de diretos. A RTP é o canal que maior proeminência atribui às notícias sobre a pandemia (31,1% das peças de abertura nos noticiários analisados), seguido da TVI (28,0%), da SIC (19,5%) e, por último, a CMTV (14,6%). Já as peças com diretos recolhem maior expressão neste último canal (31,1%), seguido da RTP1 (12,0%), TVI (8,0%) e SIC (6,2%).

4.3 Discussão

O *corpus* analisado corrobora em grande parte as funções atribuídas ao jornalismo televisivo por Gollust, Fowler e Niederdeppe (2019), que apontam para uma cobertura da área da saúde centrada em notícias e reportagens onde é apresentada informação sobre doenças, diagnósticos e terapias, bem como a utilização de quadros de interpretação com o objetivo de contextualizar a informação disponibilizada. Na cobertura da COVID-19, estes princípios estão presentes, principalmente na cobertura do período de emergência de 18 de março a 2 de maio. Nesta fase, observou-se que as temáticas estão em consonância com as informações diárias da DGS e fazem a abertura de todos os noticiários, os protagonistas principais são os agentes políticos e sanitários, com exceção dos profissionais das televisões, tais como os pivôs e os repórteres. Já no período de 3 a 31 de maio, à medida que há um distanciamento relativamente ao final

do estado de emergência, os temas e os atores vão-se diversificando, com a entrada em cena da crise económica e a população a ganhar maior visibilidade, embora os canais mantenham o foco na pandemia, com exceção da CMTV, que reassume a sua agenda sobre o crime.

Observamos ainda uma particularidade interessante neste período relativamente aos definidores primários. Primeiramente, regista-se a proeminência do poder político, como centro gestor do fenómeno sanitário, representado pela visibilidade concedida nas notícias ao Presidente da República e ao Primeiro-Ministro. Esta presença faz-se sentir, quase sempre, através de pronunciamentos ou comunicados, em direto ou diferido, que são incorporados em notícias ou reportagens, após editados de conferências de imprensa, reuniões de governantes ou sessões parlamentares. Em seguida, a relevância do conhecimento técnico especializado em saúde pública, como orientador científico de informação no combate à pandemia, presente nas figuras da Ministra da Saúde (Marta Temido), na Diretora Geral da Saúde (Graça Freitas) e seus assessores. A apresentação que fazem dos balanços, declarações e medidas sanitárias têm espaço assegurado nos blocos informativos a partir dos designados boletins diários. Por último, salienta-se um outro bloco de definidores primários, que designamos de especialistas, pertencentes a diferentes áreas de saúde e medicina, que comentam, reforçam, contradizem ou criticam os anteriores decisores políticos e técnicos. À medida que o tempo passa, são perceptíveis as tensões entre os diferentes *players* e interesses envolvidos, não tanto relativamente aos temas tratados mas, principalmente, às abordagens realizadas por comentadores/especialistas de diferentes quadrantes técnicos e políticos.

No *corpus* analisado ressalta o número de notícias que têm como cenários conferências de imprensa, salas de reunião ou sessões do Parlamento, algo que se acentuou na pandemia, mas que já vinha de práticas anteriores impostas pelos cortes orçamentais, a introdução de tecnologias de comunicação e informação e a reformulação das redações.

Figura 7
Conferências de Imprensa

CMTV
CM Jornal 20h
Primeiro-Ministro
— 01.05.2020-19:48:18



RTP 1
Telejornal
Diretora-Geral da Saúde
— 10.5.2020-20:05:12



A situação descrita acompanha as práticas do exercício da atividade jornalística, neste momento particular ditadas pela pandemia e pelo confinamento, onde não é incomum um jornalista de um órgão de comunicação ser representante de diversos outros em conferências de imprensa e outros acontecimentos. Está-se assim frente a um reforço, nos jornais televisivos, do jornalismo sedentário, um jornalismo confinado, editado, fundado na pesquisa de informação em redes e em testemunhos online, com incursões cirúrgicas no terreno, de que são exceções, neste período, as reportagens, feitas muitas vezes pelos profissionais de saúde, nos blocos de cuidados intensivos.

A hibridez dos formatos jornalísticos acentua-se também neste período mas, sobretudo, a partir das incorporações tecnológicas feitas em estúdio, quer por meio de ecrãs partilhados por pivôs e comentadores, quer pela apresentação nos estúdios de informação disponibilizada pela DGS, tratada com recurso a infografias e gráficos. Há ainda os comentários de especialistas em direto e em parceria com os pivôs, ambos em pé e de corpo inteiro nos estúdios, bem como diretos em estúdio com convidados (governantes, especialistas e outros) fisicamente presentes ou em videochamas.



Figura 8
RTP1, Telejornal
13.5.2020-20:21:51: Especialista
António Silva Graça em estúdio com o pivô
João Adelino Faria



Figura 9
CMTV, CM Jornal 20h
27.5.2020-20:23:01:
O pivô João Ferreira, o chefe de redação
da CMTV Miguel Ganhão e o comentador
João Pereira Coutinho comentam sobre
o fundo de recuperação europeia no contexto
da pandemia

Os pivôs recorrem, sempre de forma assertiva e pessoal, à nomeação de sites e plataformas online, como a OMS e outros, bem como utilizam imagens/vídeos de telemóveis de cidadãos repórteres.

Salientamos que esta hibridez de formatos construída a partir dos estúdios decorre do protagonismo assumido pelos pivôs, que reforçam funções e adquirem novas competências. Eles(as) tornam-se num dos elementos chave da imagem de marca das estações televisivas dentro de uma perspetiva de *branding marketing* desenvolvida em programas com características de *infotainment*, com apelos à emoção, proximidade e intimidade, independentemente do valor ou qualidade da informação veiculada. Outro elemento deste esforço de consolidação da marca em cada canal de televisão do serviço noticioso é o recurso a cenários gráficos temáticos sofisticados. Com este objetivo são desenvolvidas infografias, imagens estatísticas e coreografias em estúdio.

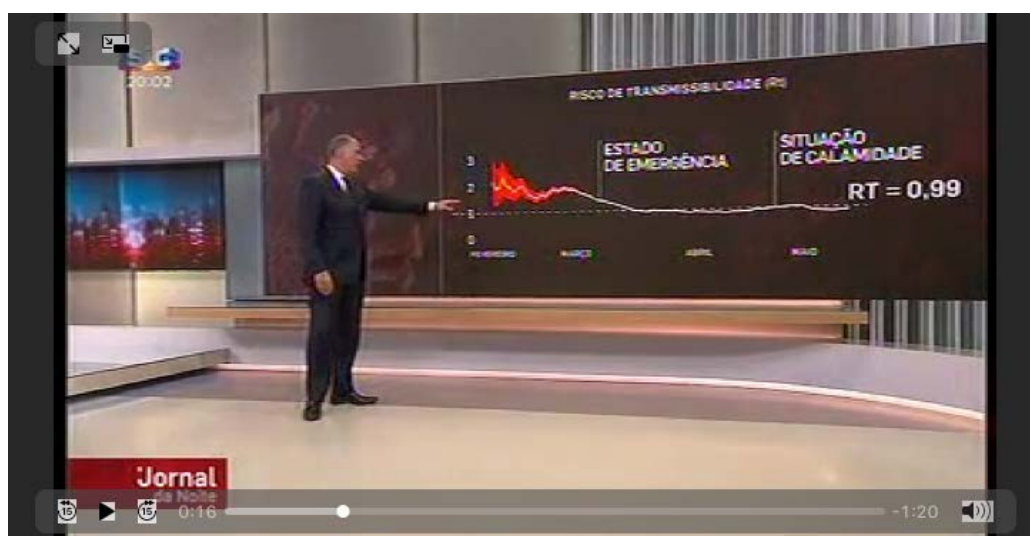


Figura 10
SIC, Jornal da Noite
28.5.2020-20:02:08 — Pivô Rodrigo Guedes de Carvalho explica
dados relativamente ao estado de emergência e calamidade

Considerações finais

A limitação do *corpus* às três primeiras notícias de cada bloco noticioso não permite avançar com algumas impressões que se foram consolidando ao longo da investigação a partir da observação e leitura flutuante (Deacon et al., 1999) das peças dos blocos noticiosos. Não tendo dados que apoiem estas observações, circunscrevemo-nos a referir que, ao longo do período analisado, e com posições diferentes no alinhamento, a visibilidade conferida à expansão geográfica/económica da pandemia (Fujita & Hamaguchi, 2020) foi um elemento constante da cobertura. Salientamos que esta observação se refere tanto aos territórios nacionais — onde se identificam as regiões industriais do norte de Portugal e as periferias urbanas de Lisboa e Porto — como à proeminência das notícias sobre outros países e regiões e seus

dirigentes, nomeadamente de países europeus, dos Estados Unidos, do Brasil, da China e da Índia. A cobertura sugere, embora não possamos avançar elementos estatísticos, o padrão de expansão da COVID-19, alicerçado na geografia do capitalismo neoliberal, como refere Fujita e Hamaguchi (2020). Associada a esta observação está a percepção de que há grande cedência, compra ou envio de enviados especiais, com vista a obter imagens e testemunhos do que se passa nessas regiões ou países.

Para terminar, embora neste artigo se tenham analisado 900 notícias, correspondentes às três primeiras notícias sobre a pandemia nos blocos noticiosos do *prime-time* de quatro canais generalistas, de 18 de março a 31 de maio de 2020, surgem indícios de que ocorreu um risco de excesso de informação sobre o tema de COVID-19.¹⁵ Este foco único tende a criar diferentes efeitos descritos e analisados há muitas décadas nas Teorias da Comunicação, tais como o efeito da narcotização ou do pânico moral (Wolf, 2006). Chamar a atenção para estas possíveis consequências, entre cidadãos que têm como fonte privilegiada de informação estes canais generalistas, parece-nos ser uma conclusão desta investigação.

15 Cfr.: Oliveira, A. (2020). Os mercadores de atenção. *Público*, 2 de novembro. <https://www.publico.pt/2020/11/02/opiniao/opinioao/mercadores-atencao-1937538>

Referências bibliográficas

- Ardèvol-Abreu, A., Diehl, T. & Gil de Zúñiga, H. (2017). Antecedents of internal political efficacy incidental news exposure online and the mediating role of political discussion. *Politics*, 39(1), 82-100. <https://doi.org/10.1177/0263395717693251>
- Bauer, M. & Gaskell, G. (Eds). (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Vozes.
- Brant, K. (2005). Quem tem medo do infotainment. *Revista Media & Jornalismo*, (7), 39-59. <http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocidigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/n7-02-Kees-Brants.pdf>
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. *Brazilian Journalism Research*, 7(1), 117-136. <https://doi.org/10.25200/BJR.v10n2.2014.778>
- Cabrera, A., Martins, C. & Cunha, I.F. (2020). A cobertura televisiva da pandemia de covid-19 em Portugal: um estudo exploratório. *Revista Media & Jornalismo*, 20(37), 183-202. https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_10
- Cádima, F. R. (2010). Televisão, Cidadania e «História Única». Uma Análise da Bibliografia Portuguesa Sobre o Jornalismo Televisivo em Portugal. *Revista Media & Jornalismo*, 17(9), 95-117.
- Camponéz, C. et al. (2020). *Estudo sobre os efeitos do Estado de Emergência no jornalismo no contexto da pandemia Covid 19 — Relatório*. SOPCOM <http://www.sopcom.pt/ficheiros/relatorio-COVID-19-Jornalismo.pdf>
- Carlón, M., & Fachine, Y. (Eds). (s.d./2014). *O Fim da Televisão*. Confraria do Vento/UFPE.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of COVID-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29(2), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Cunha, I. F. & Peixinho, A.T. (2020). *Análise dos Media*. Imprensa da Universidade de Coimbra. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1988-0>
- Curran, J. (2010). The future of journalism. *Journalism Studies*, 11(4), 464-476. <https://doi.org/10.1080/14616701003722444>
- Deacon, D., Murdock, D., Pickering, M. & Golding, P. (1999). *Researching Communication: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. Arnold.
- Deuze, M. (2019). What Journalism Is (Not). *Social Media + Society*, 5(3), 1-4. <https://doi.org/10.1177/2056305119857202>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social — ERC (2019). *Relatório de Regulação 2018*. ERC.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social — ERC (2020). *Avaliação do Impacto da Pandemia de covid-19 sobre o Setor da Comunicação Social em Portugal*. ERC.
- Freedman, Des (2019). Public Service and the Journalism Crisis: Is the BBC the Answer? *Television & New Media*, 20(3), 203-218. <https://doi.org/10.1177/1527476418760985>
- Fujita, M. & Hamaguchi, N. (2020). *Globalisation and the Covid19 pandemic: a spatial economics perspective*. Vox. <https://voxeu.org/article/globalisation-and-covid-19-pandemic>
- Gollust, S., Fowler, E. F. & Niederdeppe, J. (2019). Television News Coverage of Public Health Issues and Implications for Public Health Policy and Practice. *Annual Review of Public Health*, 40, 167-85. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040218-044017>
- Grabner, M. E. & Bucy, E. P. (2009). *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. University Press.
- Grupo Marktest (2020). Notícias de TV em março de 2020. Consulte a informação relativa à cobertura noticiosa do mês de março nas TVs, de acordo com os dados do serviço Telenews da MediaMonitor. Marktest. <https://bit.ly/3odzMjP>
- Grupo Marktest (2020). Notícias semanais em destaque nas TVs. A Epidemia Covid 19 dominou as notícias de TV da semana de 9 a 15 de março de 2020 segundo os dados da MediaMonitor. Marktest. <https://bit.ly/3hRKAKI>
- Harari, Y. (2020). *Na batalha contra o coronavírus, faltam líderes à humanidade*. Companhia das Letras.
- Kjus, Y. (2009). Idolizing and Monetizing the Public: The Production of Celebrities and Fans, Representatives and Citizens in Reality TV. *International Journal of Communication*, 3, 277-300. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/382/309>
- Katz, E., & Scannell, P. (2009). *The end of television? Its impact on the world (so far)*. Sage Publications.
- Krastev, I. & Leonard, M. (2020). *Europe's Pandemic Politics: How The Virus Has Changed The Public's Worldview*. European Council of Foreign Relations. https://www.ecfr.eu/publications/summary/europes_pandemic_politics_how_the_virus_has_changed_the_publics_worldview
- Krastev, I. (2020). *O futuro por contar. Como a pandemia vai mudar o nosso mundo*. Objectiva.
- Luengo, M. (2014). Constructing the Crisis of Journalism. *Journalism Studies*, 15(5), 576-585. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.891858>
- Magalhães, O., Lopes, F. & Araújo, R. (2020). Doenças oncológicas em notícia: a força da investigação médica. *Observatorio (OBS*) Journal*, 14(3), 120-133. <https://doi.org/10.15847/obsOBS14320201565>
- Obercom (2018). *Literacias na sociedade dos Ecrãs*. Obercom. <https://obercom.pt/literacias-na-sociedade-dos-ecra%cc%83s/>
- Obercom (2020a). *Pandemia e consumos mediáticos*. Obercom. <https://obercom.pt/pandemia-e-consumos-mediaticos/>
- Obercom (2020b). *Impacto do coronavírus e da crise pandémica no sistema mediático português e global*. Obercom. <https://obercom.pt/impacto-do-coronavirus-e-da-crise-pandemica-no-sistema-mediatico-portugues-e-global/>
- Rogers, J., Dearing, E. M. & Chang, S. (1991). AIDS in the 1980s: The Agenda-Setting Process for a Public Issue. *Journalism Monographs*, (126), 1-47 <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Everett-M.-Rogers-James-W.-Dearing-and-Soonbum-Chang-AIDS-in-the-1980s.-April-1991.pdf>
- Russial, J., Laufer, P. & Wasko, J. (2015). Journalism in Crisis? *Javnost — The Public*, 22(4), 299-312. <https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1091618>
- Statista, 2019. *AveragedailyTVviewingtimeperpersoninselected countriesworldwide in 2016 (in minutes)*. [Online] <https://www.statista.com/statistics/276748/average-daily-tv-viewing-time-per-person-in-selected-countries/>

- Stiglitz, J. (2020). *Conquering the Great Divide. The pandemic has laid bare deep divisions, but it's not too late to change course*. FMI: Finance and Development. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2020/09/COVID19-and-global-inequality-joseph-stiglitz.htm>
- Traquina, N. (2004). Theory of consolidation in the Theory of Journalism: a comparative analysis of the news coverage of HIV/SIDA issue for countries. *Journalism*, 5(1), 97-116. <https://doi.org/10.1177/1464884904039557>
- UNESCO (2020). Journalism, press freedom and covid-19. Issue brief in the UNESCO series: World Trends in Freedom of Expression and Media Development. <https://en.unesco.org/world-media-trends>
- Wolton, D. (1994). *Elogio do grande público*. Edições Asa.
- Wolf, M. (2006). *Teorias da Comunicação*. Ed. Presença.